

多元主体协同共创地方品牌：基于贵州贞丰县糯食产业的乡村振兴实践研究

刘春涛 李蜜微

1. 云南民族大学 社会学院 云南昆明 650504

摘 要：本文以贵州贞丰县糯食产业为研究对象，深入探讨多元主体在地方品牌建设中的作用以及对乡村振兴的影响。通过文献研究、实地调研和案例分析等方法，发现贞丰县地方政府、私营企业、个体工商户和路边摊等多元主体共同发力，构建了糯食产业品牌。该产业带动了就业，促进了农业发展，延伸了产业链，提升了经济效益，推动了城镇化进程。研究表明，多元主体共创模式是地方品牌建设助力乡村振兴的有效路径，为西部民族地区特色产业发展提供了有益借鉴。

关键词：多元主体 地方品牌 糯食产业 乡村振兴

1. 研究缘起

党的十九大明确指出，中国经济社会发展迈入新时代，并首次作出实施乡村振兴战略的重大决策部署。2021 年中央一号文件进一步强调要优先发展农业农村，将全面推进乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的一项重要任务，加快农业农村现代化建设。在贵州的糯食产业中，贞丰县的糯食产业表现突出，已实现年产值超过 10 亿元，有力带动了糯稻、生猪、板栗、糯食加工和电商等三产融合发展，实现了糯食产业全产业链对乡村振兴的辐射，成功将传统“小糯米”培育成富民“大产业”。这不仅推动了当地经济发展，还增加了农民收入，显著提高了农民生活水平。《关于实施乡村振兴战略的意见》明确提出“乡村振兴，乡风文明是保障”，这意味着乡村建设的重点之一在于传承发展农村优秀传统文化资源。另一方面，只有深入挖掘农村传统文化蕴含的优秀思想观念，充分发挥其在凝聚人心、教化群众、淳化民风中的重要作用，才能培育出良好、淳朴的家风民风。二者紧密结合，为乡村全面振兴提供了源源不断的动力。

中华优秀农耕文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，布依族作为依山傍水而居的民族，拥有极为丰富的优秀农耕文明，糯食在其文化中占据着极其重要的地位。郭军（1997）从布依族糯食的文化事项出发，详细阐释了布依族糯食的品种、相关传说以及不同节日食用不同糯食的现象，进而探讨了糯食的文化环境，从布依族生活的自然环境和社会生活等方面展开论述布依族糯食饮食文化的历史发展，最

终深入探讨糯食文化的深层结构。研究发现，糯食文化不仅在物质层面有所体现，还以观念的形式渗透到文化领域，隐含着更深层次的价值观和文化内涵，成为观念性文化的一部分。罗正副（2009）以糯食为研究对象，撰写了糯食的民族志，通过分析在布依族节日中糯米与人的互动、糯米在不同节日中的不同意义以及布依族民间传说中与糯米相关的故事，对糯米与布依族的关系进行了一定程度的剖析。樊敏（2013）认为，在布依族节日“六月六”的庆祝仪式中，糯食占据重要地位，与酒文化一样，是布依族饮食文化的重要组成部分。布依族喜爱糯食，过节时秉持“无糯不成节”的观念，接待亲朋好友时则“以糯为尊”。

一个地方的饮食极具当地特色，是由当地的人、风俗、文化等多种因素共同构成的。本研究基于地方理论的相关概念，以地方性的主体性和社会性构建地方性饮食文化，进而推动相关产业发展，助力乡村振兴。其中，地方理论强调地方是一个具有主体性和社会性的概念，地方的形成和发展与当地居民的生活实践、文化传承以及社会关系紧密相连。在贞丰县糯食产业发展过程中，地方理论为理解糯食产业与当地社会文化的互动关系提供了理论框架。通过研究可以发现，糯食不仅是一种食物，更是贞丰县地方文化的重要符号，承载着当地的历史记忆、民俗风情和社会关系。据此，本文以贵州省贞丰县糯食产业为具体研究案例展开分析。

2. 品牌建构

2.1 地方政府助力

贞丰县将糯食产业确立为“一县一业”的发展重点，致力于打造“贞丰一品”县域品牌。依托“中国糯食之乡”的称号，深入挖掘贞丰糯食文化，大力发展特色糯食产业及其产业链。贞丰县实施“农业稳县”战略，积极推动糯稻种植，为糯食产业提供坚实的原材料基础。同时，政府支持糯食商家建立自有品牌，并通过多种渠道积极帮助宣传推广。

政府聚焦糯稻“三链条”建设，着力擦亮糯食之乡品牌。在种植链条上，通过技术支持、政策扶持等方式，提高糯稻产量；在加工链条上，鼓励企业进行技术创新和设备升级，提升产品附加值；在促销链条上，成立电子商务协会，搭建以县电子商务运营服务中心为关键节点的电子商务平台，推动糯食产品借助电商渠道走出贵州，实现黔货出山。目前，已帮助多家企业入驻淘宝、京东、微信等平台，这些平台成为糯食产品重要的线上销售渠道。

在企业发展初期，政府积极发挥引导和扶持作用。例如，帮助企业缩短办证流程，给予创业津贴，助力企业从路边摊转型为个体工商户，为糯食产业的规模化、规范化发展奠定了基础。相关企业也积极响应政府号召，对政府的宣传报道进行转发，形成了政府与企业之间的良性互动。

2.2 多元经营主体

近几十年来，贞丰县从事糯食售卖的商户和摊贩数量众多，售卖糯食产品已成为当地居民重要的经济来源之一。

2.2.1 私营企业

在贞丰糯食的私营企业中，胖四娘、余家粽子、熊大妈粽子等发挥着龙头引领作用。本研究以 Z 企业为例进行深入访谈。Z 企业成立于 2006 年，其历史可追溯至清代末年，历经五代传承。2006 年创建品牌，是贵州省第一批老字号品牌，也是黔西南州地区极具代表性的名片。从路边摊发展到现代化工厂，Z 企业历经百年传承与发展，如今已成为非物质文化遗产、中国布依粽和糯米饭行业标准制定者。

贞丰布依族糯食制作技艺历史悠久，可追溯到元末明初，与水稻大面积引入北盘江流域种植的历史大致相当。居住在田坝地区的布依族每年都会种植大面积的糯谷，糯米可制成五色糯米饭、糯米甜酒、粽子、糍粑、团粑、汤圆、圆糖粑、搭连粑等多种美食。Z 企业与贞丰县文化遗产保护管理中心紧密合作，每年定期开展非遗展览系列活动，组织传

承人传授工艺，招收学徒，确保布依族糯食制作技艺得以代代相传。

为深入了解 Z 企业的经营状况，研究人员对其负责人进行了访谈。研究人员询问：“Z 总您好，请问您的一天销售额大致为多少金额？”Z 总回答：“过年过节期间销量会偏高一些，因为大家走亲访友一般都来我店里购买。平均下来，一天的营业额大致在六千。”当被问及“您认为是什么让客户选择你们店里的产品”时，Z 总表示：“信誉、品质、口碑缺一不可。我们品牌是贞丰第一家创立品牌并且获得老字号的，祖祖辈辈连续了五代的传承。大家都是土生土长的贞丰人，哪家好吃哪家不好吃他们心里都有数。我们的产品坚持用当地的优质糯米和猪肉、板栗，大家吃的都是本地的味道，客户自然就更喜欢。并且我们的工人都是请当地的布依族嬢嬢，自己做自己民族品牌的东西，她们也会在自己的圈子里宣传。”

2.2.2 个体工商户

Y 家是自负盈亏的个体工商户，其制作的粽子软糯、香而不腻，每逢过年过节常常出现爆单情况。Y 家传承了父亲辈的手艺，并不断发扬光大。Y 家拥有自己的加工厂和种植园，粽叶均为自种。由于自家种植的糯米无法达到理想的口感，便向当地农民收购，其固定供应商来自岩鱼村。岩鱼村的糯米在贞丰品质最佳，虽然价格较高，但因其独特的口感深受消费者喜爱。Y 家坚持使用岩鱼村的糯米，在猪肉、板栗等食材的采购上，选择在菜市场挑选新鲜优质的产品。Y 家秉持当天制作、当天售卖和发货的原则，严格保证产品品质。另外，在 Y 家的糯食中，粽子最为出名。凭借长期的经营积累，Y 家在当地树立了极好的口碑。当地人喜欢购买其礼盒装粽子用于走亲访友，既美味又有面子。

2.2.3 路边摊

在学校门口、菜市场门口以及小区附近，分布着许多流动的路边摊。这些路边摊通常推着小车，车上放置一口大锅，装满糯米饭，其余地方摆放着折耳根、辣椒、腌菜、花生等小料。摊贩老板介绍：“小份五块大份八块，大家都是这个价，想多吃肉多的可以加价加肉。老顾客可以多加点糯米饭不用加钱。”每天早上，路边摊前都会聚集许多顾客。以秋菊糯米饭为例，该摊位近两年才开始营业，且老板每天出摊时间仅为早上，过了十二点一般就售罄了。

通过观察发现，路边摊老板与顾客关系融洽，交谈甚欢。

经了解,大多数顾客是周边居民,长期购买形成了固定客户群体。老板充分利用业缘、地缘和血缘关系宣传自家糯米饭。尽管没有固定店铺,但凭借良好的人品,赢得了顾客的信任,其产品也得到了大家的认可。

2.3 地方性生产网络

2.3.1 原材料

贞丰县以糯食产业为核心,带动了糯稻、猪肉、粽叶等相关原材料产业的发展。其中,岩鱼村的糯米最为出名。然而,近年来,由于糯稻产量较低,许多农户为获取更高经济收益,将糯稻种植改为烟草种植。但布依族在每个节日庆典中都离不开糯米制作的相应糯食,如端午节的粽子、七月半的达黏粑、过年的糍粑等,因此农户们大多选择在稻田边种植高秆糯稻。高秆糯稻是当地品种,因其口感更糯、更软、更香甜,深受当地人喜爱。部分农户也通过种植糯稻销售给当地糯食制作商获取经济收入。例如,韦阿姨今年50岁,承包了50亩田地,其中一半种植糯稻。她表示:“以前会和某一家店铺建立合作关系,但是这样往往会被压价,现在我们都是散卖,谁给的价格高就卖给谁。我们也需要生活,而且近几年种植糯稻的人家已经很少了,价格自然就上去了。”

2.3.2 收购与加工

糯米收购环节直接影响糯食成本,这一环节需要经验丰富的买手与农户进行博弈竞价。农户根据当年产量和经济形势出价,一般略低于市场价格。在这个过程中,人情面子和交情起着重要作用。若双方已建立良好的供应关系或有中间人斡旋,交易往往能顺利进行,双方可能达成长期合作。

糯食加工工序较为复杂。原材料准备齐全后,工人们需洗净手,穿上工作服、面罩和帽子进行操作。以粽子制作过程为例,将炒好的糯米和猪肉放在粽叶上,炒米时需掌握好火候,不能太熟,将米和猪肉放入大锅里炒出香味即可,还需加入当地芝麻秆烧尽的细灰与米混合,芝麻秆细灰不仅有助于消化,还能增添芝麻香气。两片粽叶颠倒放置,用勺子将米盛到粽叶上加上猪肉即可包制粽子。粽子形状多样,有经典的马蹄粽子、四角粽子,三角粽一般为素粽,白花花

的糯米与粽叶的清香相互融合,味道香甜。目前,糯食大多为手工制作,仅在最后包装环节使用真空机,以延长糯食的储存时间。

2.3.3 消费者和生产者双重身份的交织

农户作为糯米的提供者,在购买糯食时,更倾向于与自己有合作关系的商户。他们认为种植的稻米“谷魂”更多,且购买过程有助于增进双方感情。手工包粽子的阿姨们既是糯食的生产者和加工工人,也是消费者。店家通常会给予他们内部价格,相比在外面购买更为便宜。店家此举一方面是为了拉拢关系,因为粽子包制的好坏对手艺要求较高,包得不好的粽子在煮制过程中容易爆开,导致糯米无法再利用。店家在用人时注重手艺,常年包粽子的阿姨队伍相对稳定。因此,在销售粽子或其他糯食时,店家出于关怀和稳定关系的考虑,会给予更优惠的价格,既增加了销量,又稳定了与工人之间的关系。

3. 消费认同

3.1 人情消费

消费已成为人们建立、维持和沟通社会身份的主要手段。人们通过消费表达与他人或社会群体之间的同一性和差异性,从而实现自我社会定位和归类。人情消费作为人与人之间用于感情维持的投资成本,能够增进彼此感情,促进交往。不同地方的人们有着不同的消费文化,地方习俗强化了消费者的消费偏好。

在贞丰县,糯食是当地居民在传统节日中表达心意、互赠礼物的首选。尤其是在端午节和过年期间,糯食的需求量大幅增加。某糯食店老板表示:“一般在过节的时候我们的订单会成倍地增加,特别是端午节,我们店的订单供不应求,会增加工人数量来适应订单需求。我们有礼盒装的送人也有面子,乡里乡亲的大家都知道我家做粽子糯米饭很多年了,吃的都是情怀嘛,当然也有些新顾客经过老顾客的介绍而来,我们都会满足需求,价格方面也可以给得低一些,毕竟是老顾客了,人情面子上要过得去。”

3.2 日常消费

在贞丰县,糯食是当地人日常饮食的重要组成部分,可以作为一日三餐。彭兆荣提出,食物的记忆是一种“习惯性的记忆”,强调特定族群内的人们将认知融入特定饮食体系,并在历史时空中留下身体和感官的历史积淀,形成特殊的“舌尖上的记忆”,即品尝记忆。消费习俗具有群众性,当某种消费习惯能够满足大多数人的需求时,便会在一定空间范围内大面积普及。人们在购买过程中对某一产品产生好感后,容易进行再次消费,消费与好感的正向互动促使人们

对该产品的消费行为呈现出相对稳定性与历史继承性。贞丰糯食正是在反复购买与经常好感的共同作用下,成为人们的一种消费偏好。

4. 结语:糯食产业带动城镇化发展

在贞丰县,糯食产业链的建设成效显著,直接带动了4000多人就业。通过与农户签订合同,以保底价收购糯谷,有效调动了农民种植糯米的积极性,促进了农业的规模化和标准化种植。目前,贞丰县与糯食产业相关的糯稻、生姜、砂仁、粽叶、板栗等种植面积达到了22万亩,这不仅提高了农产品产量,还提升了农产品品质和市场竞争力。

糯食产业的发展有力带动了上下游产业链的协同发展,从种植、养殖到加工、销售,再到文化旅游,形成了完整的产业链。贞丰县以糯食产业为核心,带动了黑猪、豆腐、红糖等特色产品的发展,构建了多元化的发展格局。2016年获得“中国糯食之乡”称号后,贞丰县糯食的知名度和市场关注度大幅提升,相关公司业绩翻两番,突破亿元大关。品牌效应的提升进一步开拓了市场,增加了产品销量。

糯食产业与当地民族文化深度融合,促进了文化旅游的发展。贞丰县通过举办糯食文化旅游节等活动,吸引了大量游客,带动了餐饮、住宿、交通等相关服务业的繁荣,显著提升了经济效益。据统计,截至2019年,贞丰县与糯食相关产业的产值突破了10亿元,每公斤糯米增值2.8元,农产品附加值得到显著提高。

综上所述,糯食产业通过带动就业、促进农业产业升级、延伸产业链、提升品牌效应、糯食产业通过带动就业、促进农业产业升级、延伸产业链、提升品牌效应、发展文化旅游和增加经济效益等多方面,对经济发展起到了积极的推动作用,

同时也推动了城镇化的发展进程。

作为西部民族地区特色产业发展的典型案例,贞丰糯食产业的实践为乡村振兴背景下地方品牌建设提供了宝贵的经验和启示。在全球化与在地化相互交织的时代背景下,地方品牌应充分发挥连接传统与现代、本土与全球的纽带作用。而多元主体共创模式,整合了政府、企业、个体工商户等各方资源和力量,正是激活这一纽带的关键动力。这种模式不仅促进了地方经济的发展,还传承和弘扬了地方特色文化,实现了经济与文化的协同发展。

参考文献:

- [1] 郭军.布依族糯食文化刍议[J].布依学研究,1997,(00):271-276.
- [2] 罗正副.物的民族志——基于糯食在布依族节庆生活的考察[J].贵州大学学报(社会科学版),2009,27(06):125-133.
- [3] 樊敏.黔南布依族“六月六”节日的文化特征及社会价值[J].黔南民族师范学院学报,2013,33(05):40-45.
- [4] 覃亚双.荔波布依族糯食文化解读[J].铜仁学院学报,2017,19(08):41-45+91.
- [5] 马启忠,王德龙.布依族民间信仰的稻耕文化特点[J].民间文学论坛,1990,(03):34-38.
- [6] 秦维阳.贵州糯食考[J].食品界,2021,(01):74-79.
- [7] 王磊.闲话贵州布依族糯食[J].食品与健康,2006,(07):44.
- [8] 袁同凯.地方性知识中的生态关怀:生态人类学的视角[J].思想战线,2008,(1).